

Communication

COM

Durée

3 Jours

Prérequis :
Aucun

Dates des sessions :
Nous consulter

Modalités d'évaluation :

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers de multiples ateliers pratiques.

Compétences du Formateur :

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des thématiques abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque formation qu'ils dispensent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques d'animation :

Les moyens pédagogiques et les méthodes d'animation utilisés sont principalement :

- Aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les ateliers pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

- A l'issue de chaque formation ou séminaire, l'ESG fournit aux participants un questionnaire d'évaluation qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

- Une feuille d'émargement par demi journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

Publics concernés :

- Dirigeant d'entreprise, cadre dirigeant
- Responsable opérationnel en charge de la communication (directeur ou responsable de communication et des services presse...).

Objectifs

- Comprendre les crises ;
- Structurer une communication adaptée au scénario de crise ;
- Bien gérer les relations avec les médias et les prescripteurs ;
- Diffuser l'information, vérifier son impact régulièrement ;
- Soigner l'étape de l'après-crise ;
- Anticiper et mettre en place un dispositif d'alerte efficace.

Programme

1. Comprendre les crises :

- Les différents types de crise ;
- Connaître les caractéristiques d'une crise ;
- Comprendre la dynamique de crise ;
- Repérer les quatre phases d'une crise.

2. Structurer une communication adaptée au scénario de crise :

- Connaître les trois stratégies ;
- Activer le dispositif de crise, la cellule de crise ;
- Analyser le projet de communication de crise ;
- Appliquer un scénario de crise déjà écrit ;
- Organiser l'information. Connaître les erreurs à éviter ;
- Diffuser rapidement une information.

3. Bien gérer les relations avec les médias et les prescripteurs :

- Les cibles internes et externes ;
- Les outils permettant l'envoi rapide des messages ;
- Le journal d'entreprise, la communication électronique, le brief à une agence.

4. Diffuser l'information :

- Savoir ce qui peut discréditer une structure ;
- Comprendre l'angle d'attaque des journalistes, des prescripteurs ;
- Savoir gérer les questions délicates.

5. L'après-crise : une étape à soigner :

- Bilan post-crise. Analyse ;
- Suivi et contrôle à l'aide d'un tableau de bord ;
- Définition d'indicateurs et mesure des écarts.

6. Comment anticiper et mettre en place un dispositif d'alerte efficace :

- Faire un audit du passé de son entreprise ;
- Répertoire des risques avérés, les évaluer ;
- Recenser les différentes stratégies possibles ;
- Créer ou améliorer la procédure de gestion de crise et le dispositif d'alerte ;
- Identifier les missions des acteurs et la composition de la cellule de crise.